传统媒体新闻传播发展现状及应对策略

王肖晖
（河南广播电视台，河南 郑州 450003）

摘 要：信息技术的普及和应用极大改变了传统的社会生产生活方式，并催生了众多新型的数据传播渠道，新媒体如雨后春笋般不断涌现在市场上，也给传统媒体新闻带来了明显的冲击。对此，本文将以传统媒体新闻传播发展为切入点，探讨新媒体的发展对传统媒体新闻传播形式带来的挑战，阐述传统媒体新闻传播的发展现状，并探讨应对的措施和方法，希望能够给相关从业者带来一定的帮助和启示，仅做抛砖引玉之用。

关键词：信息技术；传统媒体；新闻传播；数字化技术；信息生产与加工　　**中图分类号：**G234　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）05-032-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.05.008
本文著录格式：王肖晖．传统媒体新闻传播发展现状及应对策略 [J]. 中国传媒科技，2021（05）：32-34.

导语

21 世纪以来，数字化技术手段凭借其自身的优势和特色得到了越来越广泛的关注和肯定，其自身具有明显的高效性和实效性特点，能够给信息的生产和加工带来更多的可能性，正因为如此，新闻媒体传播也被注入了更多的生机与活力。在这一态势的引导下，群众对于信息收集和接收渠道的要求也有了更加多样化的变化，不再以简单的广播、电视、报纸媒体为本位，而是更加强调对现代化平台的利用，这就意味着，传统媒体的市场地位也面临着新一轮的挑战和风险。新闻传播要想紧跟时代发展的潮流和趋势，就需要打破思维定式，实现全方位多角度的更新和突破。

1. 新媒体和传统媒体新闻传播的比较

首先，相对新媒体来讲，传统媒体的新闻传播没有凸显出互动性的特点，而且传播的主体也相对单一，受众只能是信息的接受者，而不能成为新闻的传播者。同时，传统媒体的新闻传播会受到机制和体系的限制，在资源的发布上也难以实现有效的共享和沟通。但在新媒体的引导下，群众获得了更多的主动性和话语权，更加认同自主获取信息的可能性，而且对交互式的平台运营有了更大的需求，这就让新闻传播的途径打破了时间和空间的限制。另外，越来越多的群众习惯于通过手机来获取信息，他们对传统媒体的依赖性已经明显下降。[1]

其次，新媒体的新闻传播在资源的收集上更加广阔，而且内容和形式也更为灵活。相比之下，虽然传统媒体新闻传播也利用了现代化的技术，引进了相应的数字化手段，实现了与新媒体的集成融合，但报道的内容和形式仍旧需要进一步的拓展和延伸。就传统媒体的新闻传播来讲，不同层级的广播电视台和报社，都会不同程度的出现栏目设置、版面设置过时、没有新意、缺乏互动，新闻的呈现形式过于呆板，表达手段单一，内容同质化严重等问题，无法真正吸引受众的注意力。

2. 新媒体发展给传统媒体新闻传播形式带来的挑战现状

2.1 全新消费习惯与传统新闻理念的冲突

近些年来，我国信息传播手段的发展已经取得了较为明显的成就和进步，这也必然会颠覆信息接受的方式。在过去传播模式的引导下，受众主要通过阅读报纸，观看电视节目，收听广播频道等途径获取信息，如果把新闻信息当作媒体提供的产品，那么报纸、电视和广播，就是这一产品销售的主要途径。但在互联网时代的引导下，网络新闻凭借着其高互动性的优势，也获得了大规模消费者的青睐。越来越多的群众，喜欢从微博、微信公众号、抖音、今日头条客户端或者是 QQ 等现代化平台上获取信息。受众更加偏向把新闻收集的重点，放在自己关注的人物或者是事件上，往往会通过别人的眼光和视角来筛选自己要浏览的新闻，并不在乎新闻事件的大小和重要程度。同时，受众也可以自行发布新闻，在平台上传递信息和数据。即：在新媒体平台运营下，受众也可以成为新闻的发布者和接收者，这与专业媒体的新闻产品存在明显的区别，给传统媒体的新闻播报形式带来了明显的冲击。

2.2 传播速度提升与传统新闻运营模式的矛盾

相较于传统媒体来讲，新媒体能够随时随地发布新闻消息，可以从个体的眼光和角度，直接把信息展现出来，并不需要层层上报，群众只需要用手机拍摄照片或者是视频，或者写一段文字，就可以发布到平台上。而在传统媒体机制下，新闻的运作模式要更加复杂且庞大，要遵守严格的稿件审查制度和审批制度，也需要面临多样化的技术性要求。例如，报纸的出版就需要受到版面和时间的限制，广播电视也必须要在特定的时间段内发布特定的信息，即便是开展直播活动，也需要提前准备好资料和数据。这也就意味着，传统媒体无法让真实事件的直播变得更常态化，更有效率。大规模直播活动的开展，还要耗费大量的人力和物力。

往往不是第一现场的新闻，无法真正吸引受众的注意力。对于那些想要了解最新消息和动态的受众来讲，传统媒体显然无法满足他们的要求。再加上，有相当一部分新闻管理部门，并没有完全适应多样化的舆论环境，所以在管理方式上也没有进行及时的更新和调整。当面对本地突发事件的时候，传统媒体往往等待部门的指令，不及时利用微博、微信等新媒体平台，出现失声和失位的问题。与此同时，由于群众在平台上随机发布的信息，

是从个人的视角和观点出发的，所以时常缺乏客观性和全面性，而信息的具体内容也会在不断地转发和转述中出现偏离，虽然这种传播速度和范围能够满足群众的信息需求，但却容易让社会舆论偏离正轨。这个时候，即便是传统媒体挺身而出，以正视听，也无法完全获得群众的信任和好感，自身的公信力也会不断受到损害和打击，最终威胁到媒体的生命力。

2.3 个体意见与客观公正立场的冲突

一直以来，新闻评论都代表着媒介的声音和立场，也彰显着媒介的旗帜，显示媒介的灵魂，能够作为判断媒体政治面貌的重要指标，衡量媒体的实力和视角，能够凸显出媒体在市场中的核心竞争力。也正因为如此，不同的媒体也在新闻评论方面展开了一系列的实践和探讨，推动了新闻评论的繁荣发展，扩大了这一领域的影响力和影响面。总的来说，新闻评论的延伸和民主社会的发展是相辅相成的，现代社会需要倾听不同的声音和意见，才能真正保证群众的话语权和表达权。

互联网时代，网络平台上有很多自媒体达人的评论，也有传统媒体的评论。这就需要传统媒体传递有正能量的内容来进行引导和解释。

新闻评论的兴起，能够在很大程度上满足群众的信息需要。这是因为，网络时代的新媒体平台数量暴涨，受众要接受海量的信息和数据，所以他们也必然会在浏览过程中产生审美疲劳，承担选择和甄别的负担，也承受着深入思考的压力。受众需要依靠媒体的力量，来有效处理不同类型的信息，筛选出所需要的部分，由此来提高信息的利用率，提高决策的效率。

但值得注意的是，部分传统媒体为了吸引更大规模的受众群体，有意效仿某些自媒体达人，刻意凸显出新闻评论的个性化或者是独特性，追求与众不同，这就很容易走向另一个极端，与新闻媒体客观公正的立场相背离。以网络平台为例，许多重大舆论事件在发生之后，一些媒体的评论会被大量转发，而有些转发量较大的评论，虽然能够吸引受众的眼球，但带有偏激的特点，甚至会显露出断章取义的问题。部分新闻评论为了表达个人的情绪或者是立场，甚至会捏造不存在的事实。诚然，痛快的各抒已见能够获得短暂的关注，但这种片面的评论也会背离媒体客观公正的立场，缺乏真实且全面的事实基础和依据，无法让媒体的生命力得到维持。

当下，部分新闻工作者急功近利的心理需要改变。传统媒体应当正确引领社会舆论，传递正确的价值观和人生观。

2.4 碎片化信息和社会普遍意义的矛盾

近些年来，信息传播的碎片化，已然成为网络新媒体运营的突出特点。这里所说的碎片化，主要对应的是受众对信息短平快的需求，也与新媒体的传输特点和优势紧密结合。无论是哪一种媒体的运营，受众在搜集信息的时候，注意力集中的时间是较为有限的，反而是显露出了随意性和盲目性的特点，这种随意性不仅包括内容上的随意，也包括接收和时间上的随意。只有遇到自己感兴趣的内容时，群众才会多花费时间进行关注。[2] 在这种需求的引导下，媒体的信息传播也向着更加碎片化的方向发展。例如，就广播节目来讲，其自身的形态也越发碎片化，许多广播节目为了碎片化，会把独立的板块分成不同的片段，保证各个片段相对完整性的同时，在各个小片段内植入能够吸引眼球的兴奋点，激发听众的兴趣和积极性。无论是广播节目还是电视节目，信息的碎片化传播都推动了新媒体的二次展现，符合网络的基本特点。

但是碎片化也导致了深度报道的缺乏，专题性节目越来越少，新闻“快餐”不能够深度反映社会。

3. 分析传统媒体新闻传播的发展方法和措施

3.1 更新传播方式和路径

传统媒体要想在现代化市场竞争中维持自身的地位，保卫自身的公信力，提高受众度，就必须明确在建设中存在的不足和缺憾，要认真汲取新媒体行业的建设经验和优点，改变被动的发展方式，提高对受众互动的关注和重视，让自己的传播方式能够显露出人性化和灵活性的特点。[3] 例如，传统媒体利用网络平台，建立属于自己的官方网站、微博账号、微信公众号、头条号、抖音账号或者是手机客户端，形成传播矩阵，扩大自身新闻的传播范围和面积。同时，传统媒体依托自己的受众群、粉丝群开展各种线下活动，经营自己的媒体品牌，抓牢自己的忠实受众群。并及时与市场建立沟通与联系，把这种资源变现，凸显出权威媒体自身的核心竞争优势。总的来说，传统媒体应当取长补短，为受众提供更加贴心的产品和服务，增强线上线下的交流互动，实现数字化的转型。

3.2 凸显自身固有优势

尽管新媒体的素材来源广阔，而且传播速度快，接收的渠道也较为便捷，但这并不意味着传统媒体自身的优势就应当被就此埋没。具体来讲，传统媒体的新闻信息来源渠道丰富，权威可信，编辑记者基本功扎实，业务功底强，新媒体转型能力强，这些都是新媒体在短时间内难以望其项背的。在经过长时间的发展后，传统媒体也积累了极大的社会公信力和权威，仍旧在与新媒体的市场竞争中保留着自身的优势，做到了品质精细，内容精美。[4] 对此，传统媒体应当在新时期，再一次彰显自身的权威性，引领行业的舆论。新闻工作者要秉持严谨且认真的态度，除了要紧抓真实性、时效性，更要从权威资讯中解读民生内容，灵活收集不同类型的事实资料，利用新媒体技术创新表达方式，让受众在移动端获得更多权威可靠并感兴趣的新闻信息，把普通通受众发展为忠实受众。只有这样才能持续把控新闻行业的主导权。

3.3 让受众成为新闻报道的参与者

当下，新媒体的广泛普及和应用已然成为不可争辩的事实，传统媒体面临的冲击也在加大，原本的受众被进一步分流。抓牢受众的手段之一，就是让受众成为新闻报道的参与者。

传统媒体的信息来源，除了各级党委政府机关和宣传部门，过去也常常通过留电子邮箱、热线电话等形式获得群众的信息爆料。加入新媒体传播矩阵的传统媒体，获得信息的来源会更加广泛，而且及时性、互动性会更强，群众爆料的形式会更加丰富。从文字、电话、录音增加到图片、视频、语音等，这些大大地丰富了新闻报道的形式。更接地气的内容和报道形式，必将吸引和培育更

多的忠实受众。

例如，当受众用手机或者是相机拍摄的画面，成为新闻素材的重要组成部分时，这些反映民间的视角和观点的素材，拉近了与受众的距离，受众获得参与感的同时，也会对传统媒体认可与支持。[5]

3.4　推动新闻直播的常态化发展

传统媒体的新闻直播需要直播车、直播间，需要花费大量的人力和物力，新型社交媒体出现后，简单的设备就可以使直播成为一个常态化的行为，这也为传统媒体创新直播方式提供了技术便利。

直播使新闻报道的时效性更强，内容更真实，受众关注和参与度更高。传统媒体可以借助不同类型的网络平台和 5G 技术，构建实时直播的新闻报道机制，推动新闻直播向着更加常态化的方向发展。[6] 在此基础之上，还可以进一步开发新闻报道的深度和广度。例如现在很多传统媒体在客户端上开发出 5G 慢直播，满足受众对某个新闻事件持续关注的心理。通过微博直播交警查酒驾等现场，观看现场执法，不仅给受众以警醒，也满足受众的好奇心。直播也提高了媒体账户的流量和粉丝量。

结语

综上所述，持续性推动传统媒体新闻传播在新时代的调整和改革是合理且必要的举动。本文通过传播方式的拓展，自身优势的凸显，让受众成为新闻报道的参与者，常态化直播建设这几个角度，论述了传统媒体的改革方法和措施，充分结合了新媒体的发展特征，也尊重了自身原有的优势和特点，具有理论上的合理性与实践上的可行性，希望能够作为新闻工作者的参考依据。媒

参考文献

[1] 闫天颖 . 新媒体环境下传统媒体发展策略研究 [J]. 科技传播，2019（05）：21-22.

[2] 崔小娟 . 新媒体背景下新闻传播特点及其发展策略 [J]. 西部广播电视，2018（04）：8-9.

[3] 修琳 . 广电新闻在融媒时代下的发展策略 [J]. 传播力研究，2017（06）：80.

[4] 唐征宇 . 连接能力——传统媒体平台化转型的核心竞争力 [J]. 传媒，2020（22）：62-63.

[5] 韩晓宁 何畅 . 传媒产业：创新驱动与跨行业合作 [J]. 青年记者，2020（36）：17-18.

[6] 尤婷婷 . 主流媒体融合转型存在的问题与策略思考 [J]. 青年记者，2020（33）：53-54.

作者简介： 王肖晖（1968-），女，河南郑州，本科学历，主任编辑，研究方向：广播电视采编。

（责任编辑：张晓婧）

（上接第28页）

权利，更多人喜欢在网络平台中分享转发各类新闻。如果传统媒体想要加快发展速度，发挥行业优势，吸引大量读者，就必须重视自身的专业性和权威性，重视新闻内容的客观性、真实性、实效性。另外，传统媒体需要了解网民对新闻资讯的需求，清晰认知时代的变革，通过先进的科学技术转变自身运营方式，加快行业的创新步伐，积极面对挑战。大数据时代，更多新闻网络平台在人们的身边出现，新闻网络平台评论功能的开启增加了与受众之间的互动。现阶段，受众在阅读新闻信息之后通常会产生强烈的评论意愿，在多方互动期间能够进一步扩大新闻的传播，使更多网民对这条新闻信息产生关注，因此传统媒体需要重视新闻评论互动的优化。在网络平台中网民通常会优先选择热点新闻进行查看，对此传统新闻媒体需要充分发挥网络传播的优势，及时转变传统的传播方式，扩展新闻传播的渠道。

对新闻媒体而言，信息集成是一种重要的信息资源，在充斥着大量信息数据的网络环境中，传统媒体对数据库中信息使用的速度与信息增长的速度相比远远不及。大数据时代中各类数据开放程度较高，不同类型的数据之间能够实现流通与共享。新闻媒体工作者需要通过数据库获得新闻所需的重要信息，还需要扩展新闻传输的渠道，加快信息的流通速度，加强信息的开放性。信息开放能够增加流动宽度和深度，拥有大量信息资料，可以成功实现信息传播的破壁，完成各领域、各层次信息实时共享。

结语

总而言之，大数据是我国市场经济发展的必然结果，在大数据背景下，新闻传媒业需要及时转变传统的思维观念，在原先基础上结合实际进行创新，可以通过强化数据意识、增强网络应用能力、加强针对性传播、掌握先进的传播技术等方式，充分发挥自身优势，积极面对大数据时代的众多挑战，推动行业蓬勃发展。媒

参考文献

[1] 张睦龄 . 新闻传媒业应对大数据时代挑战的策略研究 [J]. 新闻文化建设，2020（16）：174-175.

[2] 蔚钰 . 新闻传媒业应对大数据时代挑战的策略 [J]. 新闻研究导刊，2020，11（15）：205-206.

[3] 沈汉炎 . 大数据时代新闻传媒业的发展与创新分析 [J]. 传播力研究，2020，4（12）：49-50+52.

[4] 田玲 . 新闻传媒业应对大数据时代挑战的策略分析 [J]. 国际公关，2020（01）：37.

[5] 赵滇 . 谈新闻传媒业如何应对大数据时代的冲击 [J]. 传媒论坛，2019，2（23）：43.

作者简介： 魏树娇（1987-），女，北京，中级职称，研究方向：新闻传播、新媒体、融媒体。

（责任编辑：张晓婧）